

### Отзыв

официального оппонента Пашкова Александра Витальевича о диссертации  
Матросовой Елены Сергеевны  
«Агитационно-рекламная функционализация послеоктябрьского творчества  
В.В. Маяковского в свете его жизнетворчества и жизнестроения»,  
представленной к защите на соискание  
ученой степени кандидата филологических наук  
по специальности 10.01.01 – русская литература

Диссертация Елены Сергеевны Матросовой посвящена актуальной и перспективной теме. Творчество В.В. Маяковского востребовано сегодня в элитарной и массовой культуре, науке. На стихи поэта сочиняют песни, о нем снимают фильмы, пишут книги, его жизнь и творчество не уходят из поля зрения литературоведов. Агитационно-рекламная деятельность поэта вдохновляет современных создателей рекламы на творческое использование приемов, разработанных знаменитым предшественником.

Выбор агитационно-рекламного аспекта творчества В.В. Маяковского в качестве основного материала исследования выглядит обоснованным. Автор диссертации справедливо отмечает, что «Маяковский-агитатор и творец рекламы осмыслен в науке одновременно и слишком общо, и слишком узко» [с. 3]. При этом Е.С. Матросова подчеркивает, что «ни рекламное, ни агитационное начало в творчестве Маяковского не оторваны от собственно поэтического...» [с. 12]. Художественная и агитационно-рекламная стороны творческой работы мастера рассматриваются в диссертации как части целого. Кроме того, одна из ключевых линий исследования состоит в том, что Маяковский-поэт и Маяковский-агитатор находятся в центре литературной и культурной ситуации первой трети XX века. На протяжении всего исследования Е.С. Матросова последовательно выстраивает масштабную картину литературного и художественного контекста, прослеживает связь творческого опыта поэта с практикой русского авангарда: поэзией футуристов, творчеством ЛЕФа, живописью В.В. Кандинского, К.С. Малевича, фотографией А.М. Родченко.

Диссертационная работа и ее автореферат адекватно и полно отражают очевидную научную новизну исследования. «Впервые предлагаются не общие соображения или отдельные наблюдения о Маяковском-рекламисте, но развернутая концепция, включающая в себя агитацию и рекламу в качестве составляющих авторского жизнестроительного мифа, подробно рассматриваются предпосылки, факторы, закономерности выдвижения агитации и рекламы на первый план в русле общей трансформации творческих принципов в сторону прикладной функционализации искусства» [с. 12]. Это убедительное обоснование, предложенное во введении, целиком подтверждается в ходе исследования.

Диссертационное сочинение состоит из введения, трех глав, заключения и внушительной библиографии, включающей 237 источников.

Основательная теоретико-методологическая база диссертации представлена именами таких крупных ученых, как В.Н. Альфонсов, М.М. Бахтин, М.Я. Вайскопф, М.Л. Гаспаров, Л.Я. Гинзбург, Б.Е. Гройс, И.А. Есаулов, Б.О. Корман, А.А. Михайлов, З.С. Паперный, Р.О. Якобсон, В.М. Жирмунский, А.Ф. Лосев, А.А. Потебня, П.Н. Сакулин, Ю.Н. Тынянов, Б.М. Эйхенбаум и др.

Во введении предложен удачный термин «прикладная функционализация». Под этим термином подразумевается «процесс жесткой утилитаризации задач искусства в сознании самого художника, концептуально объединяющий агитацию, рекламу и поэзию и эксплицированный в его статьях, выступлениях, художественных текстах» [с. 13 – 14]. Агитация и реклама в жизненном и творческом опыте В.В. Маяковского рассматриваются сквозь призму прикладной функционализации творчества поэта в послеоктябрьский период. Понятие прикладной функционализации становится своеобразным методологическим стержнем всего исследования. Постоянное возвращение диссертантки к этому понятию превращается в удобный логический ход, который позволяет убедительно



объяснить изменения в поэзии В.В. Маяковского после 1917 года как органическую часть планомерной творческой эволюции.

Одно из главных преимуществ работы состоит в том, что творчество поэта рассматривается как целостное явление. В трудах, посвященных В.В. Маяковскому, в дискуссиях о поэте общим местом стало восхищение его ранней лирикой и зачастую пренебрежительное отношение к творчеству 20-х годов. Е.С. Матросова, в отличие от многих исследователей В.В. Маяковского, осознавая существенные различия между его до- и послеоктябрьским творчеством, не отделяет искусственно одно от другого, а старается найти и находит объективные закономерности творческого процесса, приведшие к этим различиям.

В первой главе внимание уделяется предпосылкам агитационно-рекламной функционализации в дореволюционном творчестве В.В. Маяковского. Актуализируется авангардный контекст, прежде всего в аспекте оппозиции «искусство — жизнь»: «...авангардисты предельно радикализовали саму постановку проблемы «искусство и действительность»: искусство не просто «больше», чем жизнь — оно «переопределяет» реальность, противостоя ей, ее повседневному автоматизму и заштампованности...» [с. 22]. Эта черта авангардизма хорошо согласуется с характерным для раннего В.В. Маяковского и также отмеченным в работе романтическим бунтом против миропорядка.

В контексте авангардного искусства исчерпывающее объяснение получает и планомерная эволюция поэта от лирики к агитационно-рекламным формам. Своеобразным ключом к пониманию этой эволюции становится внутренняя антиномичность авангарда, на которую указывает Е.С. Матросова со ссылкой на И.Е. Ивановшину. Эта антиномичность, возникновение художественной системы авангарда в «поле напряжения» между «поэтикой и прагматикой» позволяют В.В. Маяковскому «эволюционировать от «я» к «мы», от глобального отрицания к столь же глобальному «утверждению», от лирики к агитке и т.п. [с. 24]».

Принципиально важной в контексте исследования оказывается подчеркиваемая Е.С. Матросовой глобальная житнетворческая и жизнестроительная задача, которую ставил перед собой поэт как в раннем, так и в зрелом творчестве: «преображение «низкого», земного мира, преобразование словом, точнее словесным экспериментом тотального романтика-авангардиста» [с. 55].

Во второй главе раскрывается собственно агитационно-рекламная концепция В.В. Маяковского и ее место в творческом универсуме поэта, отражение в статье «Как делать стихи» и в поэтических произведениях, прослеживается сложная эволюция от раннего романтического бунта к планомерной агитационно-рекламной деятельности в зрелом творчестве. Е.С. Матросова ярко и интересно раскрывает противоречия, имеющие место в знаменитой статье. Предпринятый поэтом экскурс в собственную творческую лабораторию на примере стихотворения «Сергею Есенину» не согласуется с декларативной частью статьи. Теоретизируя, мастер предлагает лефовский подход к поэзии, где в основе лежит социальный заказ и техническая работа над словом. При таком подходе суть поэзии сводится к «идеологической по содержанию и технической по сути переработке» словесного материала [с. 66]. Однако приведенный поэтом пример создания собственного произведения не соответствует теоретической схеме, а существует вопреки ей. «То, что Маяковский показывает как планомерную работу над словесными заготовками, вряд ли доступно многим как ремесло, потому что это настоящая полурациональная-полуинтуитивная «мастерская» поэта» [с. 68 – 69]. Таким образом, диссертантка подчеркивает отраженный в статье конфликт между Маяковским-лириком и Маяковским-агитатором. Драматизм конфликта усиливается тем, что сам поэт не видит или старается не видеть явного противоречия и убеждает читателя в наличии логической связи там, где ее быть не может.

Там же, во второй главе Е.С. Матросова тонко и точно прослеживает путь поэта от лирических к агитационным формам через поэзию



революционного времени, где художественные и пропагандистские задачи гармонично сосуществовали (например, «Приказ по армии искусств», «Левый марш»).

Удачными кажутся размышления автора диссертации о наличии жизнестроительной (социальной или просветительской) сверхзадачи даже в коммерческой рекламе, созданной В.В. Маяковским. По убеждению поэта, «реклама – это имя вещи» <...> «...утверждая торговые марки, реклама Маяковского везде оставалась социально насыщенной и социально направленной <...> Своей непосредственной обязанностью поэт полагал продвижение, отстаивание интересов «государственных, пролетарских организаций, контор, продуктов»» [с. 113].

Интересны представленные во второй главе элементы лингвистического анализа рекламных текстов В.В. Маяковского. Исследователь выделяет некоторые характерные для поэта лексические приемы, правда, наделяя их весьма произвольными характеристиками: «поэтика «лучшего в жизни» и «рекордов», суммирования и умножения качеств <...>, того, что касается любого и каждого. Закон абсолютизации сказывается в частотности употребления слов «везде», «всюду», «всегда», «все». Знаменитое «нигде кроме» – из той же оперы, а заодно с ним и выражения в духе «только» это и «только» здесь [с. 114].

Третья глава ярко иллюстрирует деятельность В.В. Маяковского и его товарищей по футуризму, направленную на саморекламу, создание собственного имиджа, способного привлечь внимание общественности. Автор диссертации интересно прослеживает связь между лирическим героем поэзии В.В. Маяковского и имиджем поэта. Здесь справедливо отмечено, что поэт выделяется из общего ряда ярких творческих личностей своего времени, поскольку его «персональный имидж <...> базируется не на «шумихе» футуризма, а на жизнетворчестве «культурного героя» с глобальностью его целей и «крупностью» его душевной жизни и мироотношения» [с. 175 – 176].

В результате Е.С. Матросовой удается выстроить основательную концепцию агитационно-рекламной деятельности поэта. Эта важная сторона творческой работы В.В. Маяковского представлена не в сугубо утилитарном ключе, а в аспекте жизнестроительной сверхзадачи, стоящей за этой работой, а также в тесной взаимосвязи с творчеством поэта в целом, с культурно-историческим и общественно-политическим контекстом эпохи.

Принципиально важной оказывается широкая иллюстративная база исследования. Все свои наблюдения автор подкрепляет достаточным количеством примеров и цитат, что способствует большей объективности в выводах.

При всех отмеченных выше положительных сторонах работы обращают на себя внимание некоторые недочеты, которые парадоксальным образом вытекают из достоинств исследования. В конце каждой главы отдельно прописаны выводы, что, безусловно, удобно для читателя. Однако сами выводы представляют собой дословно копированную объемную часть основного текста. Те же части текста, что представлены в выводах по каждой главе, копированы и в заключении диссертации. С нашей точки зрения, выводы можно было сформулировать компактнее и не следовало буквально повторять в них объемные фрагменты основного текста.

Также вызывает некоторые вопросы терминологическая лексика, используемая в работе. Начиная с оглавления, обращает на себя внимание ряд броских формулировок, которые, на наш взгляд, соответствуют материалу исследования по сути, но далеки от него стилистически («Статья «Как делать стихи?» как итоговый теоретический симулякр» или «Маяковский – имиджмейкер»). Стремление осовременить исследование при помощи модных сегодня терминов в чем-то напоминает агитационно-рекламные опыты В.В. Маяковского, но выглядит не всегда оправдано.

Впрочем, данные замечания не имеют принципиального характера и не умаляют достижений исследователя.



